

## 油画・絵画保存修復家の可能性について

2017年4月16日提出

2019年4月一部改定

島崎 健

### I 現状確認

#### (1) 保存修復の意義

人類が発見・発明した「表現技術」、現在の様々なメディアや関連機器も、その源は広義の意味において、人の営みや、人類の英知を保守するための手段である。俯瞰視すれば今日のITもその延長線にあると言えよう。

絵画（図画像）の価値は、個々の絵画が示す具体性と認知の容易さから、例えばラスコーの洞窟壁画に始まり、アイコン、ルネサンスと時を経て現代に至るまで一貫して共通する。その核心は“絵画の合理性が不変”だ、ということである。

いつの時代も地域を問わず、描かれた絵画の優れた具体性や視認性が、第三者に対してアフォーダンスを促し、宗教・道徳・教育・歴史・文化・思想など、さまざまな事象のファクターを発生させる。特に西洋絵画は、前述したファクターを含有している具体的な“記録媒体”であり、それ故に、その記録媒体を有効にするという意味において、文化保存と修復の実施が重要になる。

日本においては文明開化の名の下、幕末から明治初期に西洋絵画の実存が日本人の意識に浸透し始めた。西洋文化に触発された人々は、創作を通じ自由主義を彷彿とさせる表現や、根源的な主題に取り組んだ。絵画によって訴求された事象は限定的ではあるがイデオロギーとして社会的影響を与え、人々に新鮮な感動や、またある時は反発を発生させた。

従って、日本文化変遷と歴史検証といった学術的観点から、特に、明治初期から昭和期にかけて創作された油画に、先の記録媒体としての実証価値が高く、絵画保存修復の妥当性が確認できる。

#### (2) 国内の油絵保存修復家における活動環境と認知度

現在、日本の文化財保存修復に携わる専門家及び関係者は、(一般社団法人 文化財保存修復学会の会員数から推定すると) 数千人程度である。更に、油画専門の修復に絞り(関係者を含めて)推定すると、一線で活躍している修復家は概ね百人未満と考えられる。

その多くは国内・外で専門教育を受けた後、国公立の美術館・博物館または大手企業美術・博物館等に帰属するか、専門工房等に職を求める。

様々な社会的事情から、新たな保存修復家が国内の公立美術館等で絵画修復に従事できる機会は極めて少なく(樺山紘一氏:元国立西洋美術館 館長によると)、国立西洋美術館でさえ専任は

1名であり、多くは学芸員の役務を担いながら保存管理に関わり、修復の実作業は外部に委託している（修復保存を重視するイタリアでも、類似の諸問題がある）。

このような現状から、国内の一般事業者と比べると国内保存修復家が少数であるにも拘らず、個人事業家として自立することも、厳しい環境と言わざるを得ない。

他方、保存修復家が活躍できる“文化財の保存修復が求められる現場”の規模は、換言すれば文化財の質や量に相似する。重要文化財を多く所有する国公立美術館・博物館以外では、一般美術愛好家や小規模な美術館・画廊等の私的コレクションにも、早期の保存修復処置が必要とされる絵画等が多く眠っている。

つまり、“未開拓の活動領域”が存在している訳だが、活動阻害要因としては、絵画修復の重要性や意義を正確に理解しているコレクター等が少ないことが知られている。従って、保存修復家や関係者自らが可能な限り、継続的に保存修復の意義を広く知らしめる“啓蒙”活動を推進することが、必須と考える。

従来、日本は官も民も文化財保護や修復関連活動・費用提供に消極的である（cf. 企業の寄付や関連費用計上に関する会計処理上の問題も大きい）。しかし、近年の良い傾向としては経産省が進めるメディア・コンテンツ産業推進の動きや、2020年の東京オリンピック開催決定を契機に日本文化の再認識と、高まる日本文化輸出機運など、文化財に関する日本人の意識に向上的な変化が見られる。

関連して、小規模ではあるが多岐に亘る文化庁の文化財保護支援の継続・拡大と、一般市民の文化財保護支援活動（企業のCSR活動等）の拡大に期待したい。（cf. 文化庁が平成8～9年に実施した調査研究協力者会議の提唱である「美術品の流動性を高める方策」や、「美術品等に係わる税制優遇処置」の内容深耕と施策実施を望む）

経済のグローバル化と企業の多国籍化という外圧が、日本文化の優位性（日本が保有している美術品等の価値＝経済的優位性＝国際的評価）に対する自覚を促す最大要因と推察されるが、TV番組の美術品鑑定ブームも、一般市民の美術・工芸品に対する見方を変えている一つの要素であろう。

また同様に、保存修復家が登場する日本映画『冷静と情熱の間（2001年公開）』以降、度々TVやラジオ、新聞・雑誌などに様々な修復家に取り上げられている。このような各種メディアの影響や“再利用、再生、リ・ユース、リ・ホーム”という近年のライフスタイル傾向からも、少なくとも2000年以降、絵画保存の認知度は徐々に、僅かではあるが、相対的に向上していると言えよう。

## II 多様化していく事象への適応

### （1）次代を見据えた「役務とシステム」の構築

保存修復家の“存在意義”は修復家自身の理念、その質に比例すると考える。文化財の物理的な修復作業において、例えば進展著しい今日のデジタル技術、3Dプリンター技術、ビクデー

タやスーパーコンピュータ等による事象の進展測定技術、ロボット・人工知能技術等々を総合的に、且つ計画的に取り入れて行けば、現在の積算された人的技術に基づく「保存修復技術」は、更なる発展を遂げるであろう。

一方、現在の保存修復（の作業フロー）を鑑みると、各団体組織、コレクター、学芸員、保存修復家、各種研究者等の立ち位置や利害関係の影響を受け、暫定的で部分的な連携の下に進められている傾向があり、従って、それぞれの慣習的価値観などが原因となり、継続的な対応・処置を施しにくい現状がある。

この現状に、肯定されている現代の企業活動の在り方や運営手法を重ね見ると、色々な余地や可能性が見えてくる。

企業が発展する過程を省みると、戦後日本経済の驚異的な発展は、工業製品の高付加価値化と品質の均一化を重視した「大量生産」の実現で成された。

それまで大企業であっても、家内工業的に分業していた製造と販売の業務割合を見直し、効率化を図る目的で組織の機能統合を進め、再構築した。これにより、適正な利益を確保できるようになり、同時に様々な情報の鮮度管理が進み、この新たな情報を活用した設備投資が計画的に行われるようになり、結果、企業活動の好循環が起こり多くの利益を得るようになる。

やがて、商品（価値）には消費者の欲求が多く反映され、その商品の消費が低迷すると一般消費行動データを分析し、より精巧で緻密な商品開発が次々に行われた。

これらの過程で“マーケティング理論と手法（体系的市場志向理論・活動）が高度に発達し”市場を見極めた企業の生産活動が実現する。これは、先行していた欧米型経営の導入であり、その本質は市場原理の探求そのものであった。

商品がモノからサービスに変化している現在も、生産・サービス提供者とそれを利用する消費者との基本的利害関係は保たれており、普遍的である。そして各生産・サービス提供者は、いずれも市場や環境の変化に則り、その環境に合わせた“システム”を構築した者が生き残っている。

## （２）保存修復における組織的連携（システム）と保存修復家の「あるべき姿」とは

上記Ⅱ（１）のポイントは、企業の継続的成長を実現するために、取り巻く状況を常に分析し課題を解決すること、つまり、あるべき姿を目指し自ら変革していくことである（ブランドデザインの策定と実行）。

このポイントを踏まえ“保存修復”のあるべき姿を考えると、“修復家は保存修復作業に関わるすべての事項に精通している”ことではないだろうか。

現状の文化財保存修復作業等を整理すると、下記の四つのステージに整理できる。

各ステージ	担い手
①事前設計（保存修復計画）	当該文化財保存管理者
②修復手法及び修復関連手法の開発・研究	当該独立行政法人
③保存修復実施	当該専門事業者

この枠組みの中で、保存修復家が全てのステージに関わることは、難しい。現状では、あるべき姿に近づくことは至難であると言わざるを得ない。

その理由は、各ステージと担い手の現状を考えると、指揮系統や関係式が縦割り構造で、ボトルネックが発生しやすい体制だからである。この問題は前述でも触れたが、例えば「ひとつの美術品に専任が付き、長期的に計画的にケアすることが大変難しい状況にある」という絵画修復関係者の認識に現れている。

同時に美術品等の状態理解など情報の共有化が、成されにくい体制とも言及できる。特に、末端の美術品等を長期的に（継続的に）管理することは、予算や人的対応力の面から、計画すら立てられていない事例が多数散見される。

それ故、個々の絵画作品等に対峙する保存修復家の理想的役割は、修復の計画やコンサルといった①事前設計（保存修復計画）の領域から、②修復手法及び修復関連手法の開発・研究、③保存修復実施、④文化財の保存管理（資産管理）・運営までを、総合的に束ねることであろう。つまり保存修復家を要にした“一貫した保存修復のワークフロー”としての「システム構築と実施」が、実質的で合理性が高いと考えられる。

その中で特に指摘したい対象は、私設美術館など市井に保管されている様々な文化財・準文化財の保存修復である。つまり大きな縦割りの仕組みから、溢れ出ている物をどのようなケアしていくかということである。

そのためには、限定的に行われている今日の文化財保護活動・計画に、各ステージを突き刺す一貫した視点を入れ、裾野を広げ、幅広くマネジメントすることが必要である。

スポーツに例えると、サッカーのJリーグが分かりやすい。1つのチームを支援する大きな仕組みは“地域”という大きな皿であり、その皿のうえにチームがある。更に皿全体を地元企業や市民が支え、成り立っている。

この考え方は、市井の準文化財を保管管理する上で、有効だと考える。保存修復家が、コレクターと情報を共有し、個々の絵画作品等の状態調査と保存修復計画・実施、保管管理計画・環境整備に関わる役務を担う。そしてその内容を地域社会で共有し、資金を含めバックアップする。今の日本の現状から、文化財保管者の規模などでランクを設け、それぞれ対象作品の状態調査を行い、状態に沿ったケアを“定期的に行う義務”など、制度化することも必要であろう。

各美術館等に保存修復を一貫して調整・実行・管理する専門組織が、必要となる。保存修復計画立案において、当該学芸員の“役務範囲”とする考えと施策については、質の面でばらつきが予想されるため、学芸員の実務を十分検証した上で進めるべきである。何れにしてもこの部分は十分な議論と検証が必要なため、ここではイメージに止める。

また、実際の現場で一人の保存修復家が、四つのステージの役務を正確に遂行する仕組みは、容易に構築できるものではないだろう。しかし、油画の特性をよく理解している保存修復家が、全体をマネジメントすることは可能であり、関わり方は複数想定できる。

例えば、映画監督のように“プレーイングマネージャー”の立ち位置で、自身の専門領域の完成度を上げるために、他の関連作業を調整する方法もある。

今後、時間を要するであろうが、コレクターや地域社会の理解が深まり、近隣諸国情勢やグローバルな市場動向に伴う文化財の価値向上により、保存修復に対する要望や需要は必ず高まる。

それ故に、短期的なケアではなく、長期的視点に立った、先のマーケティング理論に位置する「保存修復マーケティング（または、保存修復マネジメント）」をノウハウとして考察することは、有用だと言及できよう。これは現存する「アート・マネジメント」の方法論を共有・包含する概念とする。

更に、市場原理を利用することも可能である。例えば、一般コレクターが保有する絵画等の“保存修復に関する保険制度等”の検討・推進など、絵画等の経済的価値の安定化を図ることで、絵画流通市場の活性化も可能と考える。

市場での流動性の高い“油画”に特化すれば、実施・展開しやすいであろう。絵画の流動性を高める施策は、「保存修復マーケティング」の実施を支える最も重要な事項であると考える。先に示したJリーグに当て嵌めると、チームの価値を高める施策である。

市場が活性化すればIT業界のベンチャー企業のように、市場に即した仕組みを生み出し、新たな起業家としての保存修復家や、そのネットワークも構築されよう。

### Ⅲ 保存修復家と利害関係者の連携が、新たな価値を育む

#### 保存修復家を核とした価値の創造

肯定的に今日の（日本の）公的機関に係わる保存修復家の活動・環境を捉えると、地域の諸事情や慣習の影響を受けつつも積算的に形成された活動・環境であり、数十年前と比べれば十分に機能的であろう。

そして、保存修復の技術面と油画の材料面それぞれの進展に着目すると、保存修復を必要とする作品の素材や材料は日々進化している。更にそれらを材料として利用する人間の創作意欲は、人類が存在する限りにおいて果てしなく続くはずである。

仮にAI技術がどのように進化しても、この“創作行為”自体を人が機械に明け渡すことになるとは、まだまだ遠い未来のことではないだろうか。

“永続的に産み出される”様々な“創作作品（文化財＝資産）”をどのように保守管理し修復するのか、現実的には最前線の各保存修復家に、その任の多くが委ねられている。そして、直面する様々な課題を克服する鍵は“新たな価値観”の醸成ではないだろうか。

また、前述した市井のコレクターが保持する、さまざまな美術工芸品の保存修復の問題も留意しなければならない。関連した事例として、近年評価が定着したメディア・アートの永続的な保存管理の問題を指摘しておく。

これら諸問題に対して、前章Ⅱで示唆した組織・人・仕組み作りは重要と考える。常に新たな価値を理解し、その活用が最善ならば、自身に取り入れて現状を改善・刷新する。これは、肯定されている組織イノベーション手法であるが、個々人の対応力を向上させる効果も合わせ持つ。

最後に当論考を総括すると、今後修復家は前述した社会的事情等の問題を解決するためにより「学環的視点」で、保存修復を牽引・強化しながら、文化を後世に引き継ぐために、自らをそして多くの関係者をも変革させなければならない、ということである。

言い換えれば、これまで築き培ってきた保存修復技術は、修復家達が成した“過去との対話”であった。今後の、日本の油絵保存修復学の優位性確保を実現するためには、さまざまな作家やコレクター等と共に、現代の作品を未来に引き渡すための“未来との対話”を実行することであり、文化財を通して過去と未来を橋渡す役務を果たすために、保存修復技術の統合的運用の実行に寄与することである。

この実行は、文化財の経済的・金銭的価値の探求であるとも言及でき、その貢献度と価値は計り知れない。

以上

以下は参考書籍・HP等

「文化財の保存と修復」青柳正規 歌田真介 山領まり 木島隆康他：クバプロ 2013

「保存修復技術と思想」田口かおり：平凡社 2015

「文化財の保存環境」東京文化財研究所編：中央公論美術出版 2011

「修復からのメッセージ」森直義：ポーラ文化研究所 2003

「絵画の自意識」ヴィクトル I ストイキッア：ありな書房 2001

「美術館の舞台裏」高橋明也：ちくま新書 2015

「現代アートビジネス」小山登美夫：アスキー新書 2008

「芸術人類学」中沢新一：みすず書房 2006

「芸術と貨幣」マーク・シェル：みすず書房 2004

「フランス史10講」柴田三千雄：岩波新書 2006

「誰のためのデザイン？」ドナルド A ノーマン：新曜社 1990

「タイムアクシズデザイン」松岡由幸：丸善 2012

「失敗の本質」戸部良一 野中郁次郎他：中央文庫 1991

「知識創造企業」野中郁次郎 竹内弘高：東洋経済新聞 1996

「断絶の時代」ピーター F ドラッカー：ダイヤモンド社 2007

「経営戦略を問いなおす」三品和広：ちくま新書 2006

「情報の歴史」編集工学研究所 松岡正剛：NTT出版 2006 他

<https://jsccp.or.jp/> 文化財保存修復学会

[http://www.tobunken.go.jp/index\\_j.html](http://www.tobunken.go.jp/index_j.html) 東京文化財研究所 HP

<http://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/> 文化庁（文化財）HP

<http://www.meti.go.jp/press/2016/09/20160915001/20160915001.html> 経済産業省 HP

以下は関連ヒアリング対象者

樺山紘一（元国立西洋美術館 館長）、加藤勝久（高知大学名誉教授）、青木享起（油絵保存修復家）他

2019年改定版 フリーアイランド創造研究所